



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN

**“EL MARKETING MIX Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN
DEL CLIENTE EN LA EMPRESA PROMART HOMECENTER S.A
SMP-2016”**

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:
LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

AUTORA:

ANGULO PÉREZ DIANA LIZET

ASESOR:

Mg. RODRÍGUEZ RODRÍGUEZ MARIBEL

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING

LIMA - PERÚ

2016

Página del Jurado

Dr. Antonio Díaz Saucedo
Presidente

Dr. Mairena Fox Petronila Liliana
Secretario

Dr. Rodríguez Rodríguez Maribel
Vocal

Dedicatoria

Dedico este trabajo a Dios, el que me acompaña, me levanta de mi continuo y guía mi camino. A mi Padre Johnny Gonzalo Angulo León y a mi madre Lili Pérez Mendoza que han hecho que hoy este a que a punto de convertirme en una profesional; ya que ellos me inculcaron valores para ser una persona de bien, y por el grande amor que sin medida me dieron y dan, el gran apoyo que me brindaron para mi desarrollo personal y profesional.

Agradecimiento

Quiero agradecer en primer lugar a Dios quien es el que me da la vida y ayuda en cada reto de mi vida. A mi familia, quien está en cada instante de este largo camino. A la profesora Maribel Rodríguez Rodríguez, por su asesoramiento, orientación y guía para poder desarrollar mi tesis. Y a mis amigos que estuvieron ahí, acompañándome en todo momento y dándome mensajes de aliento.

Declaratoria de autenticidad

Yo Angulo Pérez Diana Lizet con DNI N° 47967866, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, Julio del 2016.

Diana Lizet Angulo Pérez

Presentación

Señores Miembros del Jurado:

En cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad Cesar Vallejo presento ante ustedes la Tesis titulada “El marketing mix y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Promart Homecenter S.A SMP-2016”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el Título Profesional de Licenciado en Administración.

Diana Lizet Angulo Pérez

ÍNDICE

CONTENIDO	PÁGINA
Caratula	
PÁGINAS PRELIMINARES	
Página del jurado	ii
Dedicatoria	iii
Agradecimiento	iv
Declaratoria de autenticidad	v
Presentación	vi
Índice	vii
RESUMEN	iv
ABSTRACT	
INTRODUCCIÓN	
1.1. Realidad Problemática.....	1
1.2. Trabajos previos.....	2
1.3. Teorías relacionadas al tema.....	7
1.4. Formulación del problema.....	12
1.5. Justificación del estudio.....	13
1.6. Hipótesis.....	13
1.7. Objetivos.....	14
MÉTODO	
2.1 Diseño de investigación	15
2.2 Variables, Operacionalización.....	18
2.3 Población y muestra.....	19
2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.....	20
2.5 Métodos de análisis de datos.....	21
III. RESULTADOS	
3.1. Tablas de contingencia.....	22

3.2.	Análisis de resultados	22
IV.	DISCUSIÓN.....	30
V.	CONCLUSIÓN.....	35
VI.	RECOMENDACIONES	36
VII.	REFERENCIAS.....	37
	ANEXOS	

RESUMEN

Se realizó la investigación titulada “El marketing mix y su relación con la satisfacción del cliente en la empresa Promart Homecenter S.A”. Cuyo objetivo principal fue, Explicar cuál es la relación del Marketing Mix con la satisfacción de los clientes en la empresa Promart Homecenter S.M.P-2016, se realizó esta investigación con una población de 100 personas que representan a los clientes de la empresa utilizando una muestra de 79 personas,. Los datos se recolectaron mediante la técnica de la encuesta usando como instrumento al cuestionario, conformado por 20 preguntas en la escala de Likert. Se validó el instrumento mediante el Juicio de experto, además a través del Alfa de Cronbach. Procesando los datos en el sistema SPSS 22. Concluyendo que si existe una relación significativa entre el Marketing Mix y la Satisfacción del cliente en la empresa Promart Homecenter S.A.

Palabras clave: Estrategia, Marketing, Calidad, Servicio.

ABSTRACT

Research entitled "The marketing mix and its relation to customer satisfaction in the company Promart Homecenter S.A" was performed. Whose main objective was, explain what the relationship of the Marketing Mix with customer satisfaction in the company Promart Homecenter SMP-2016, this research was conducted with a population of 100 people representing customers of the company using a sample of 79 people,. Data were collected by using survey technique as a tool to the questionnaire, consisting of 20 questions in Likert scale. the instrument was validated by expert judgment, also through Cronbach's alpha. Processing data in the SPSS system 22. Concluding that if there is a significant relationship between Marketing Mix and Customer Satisfaction in the company Promart Homecenter S.A.

Keywords: Strategy, Marketing, Quality, Service, product, competitiveness.